



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

“ANÁLISIS COMUNICACIONAL DE LA INFLUENCIA
DEL MARKETING SOCIAL EN LA CULTURA DE
PREVENCIÓN DE CÁNCER DE MAMA EN MUJERES
DEL ASENTAMIENTO HUMANO “ENRIQUE LÓPEZ
ALBÚJAR” DE LA CIUDAD DE PIURA”

Tesis para optar el título profesional de:

Ciencias de la Comunicación

Autora:

Beatriz Carolina Vargas Ginocchio

Asesora:

Mg. María Elena Mamani Gómez

Lima – Perú
2016

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DE LA TESIS.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
INDICE DE CONTENIDOS.....	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN.....	14
1.1 Realidad Problemática.....	14
1.2 Formulación del problema.....	20
1.3 Justificación.....	20
1.4 Limitaciones.....	22
1.5 Objetivos.....	23
1.5.1 <i>Objetivo General</i>	23
1.5.2 <i>Objetivos Específicos</i>	23
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....	24
2.1 Antecedentes.....	24
2.2 Bases Teóricas.....	26
2.3 Definición de términos básicos.....	26
2.3.1 <i>Marketing</i>	26
2.3.2 <i>Definición de Marketing</i>	26
2.3.3 <i>Objetivos</i>	27

2.3.4	<i>Segmentación de mercado</i>	27
2.3.5	<i>Marketing con Causa</i>	28
2.3.6	<i>Mezcla de Marketing</i>	29
2.4	<i>Marketing Social</i>	30
2.4.1	<i>Historia</i>	30
2.4.2	<i>Definición</i>	31
2.4.3	<i>Ejemplos de diversas campañas de marketing social en el mundo</i>	34
2.4.4	<i>Componentes de la mezcla del marketing social</i>	35
	<i>Producto</i>	36
	<i>Precio</i>	36
	<i>Plaza o Canal de Distribución</i>	37
	<i>Promoción</i>	37
	<i>Público</i>	37
	<i>Aliados</i>	37
	<i>Políticas</i>	37
	<i>Financiamiento</i>	37
2.2.5	<i>Estrategias</i>	37
2.2.6	<i>Objetivos</i>	37
2.2.7	<i>Proceso de planificación del marketing social</i>	38
2.2.8	<i>Algunas campañas de marketing social</i>	39
2.5	<i>Campaña de Comunicación Social</i>	42
2.5.1	<i>Historia</i>	42
2.5.2	<i>Definición</i>	42
2.5.3	<i>Impacto</i>	42
2.5.4	<i>Condiciones para el éxito</i>	43
2.6	<i>Cultura de Prevención</i>	44
2.6.1	<i>Definición</i>	44
2.6.2	<i>Elaboración de una campaña de cultura de prevención de cáncer de mama</i>	46
2.6.3	<i>Limitaciones de la Cultura de Prevención</i>	54
2.7	<i>Provincia de Piura</i>	55
2.7.1	<i>Indicadores demográficos y sociales</i>	55

2.7.2	<i>Indicadores de salud</i>	56
2.7.3	<i>Indicadores de Educación</i>	57
2.7.4	<i>Número de Distritos</i>	57
2.7.5	<i>Información del Distrito Veintiséis de Octubre</i>	58
2.7.5.1	<i>Indicadores de Salud</i>	59
2.8	<i>Información del Asentamiento Humano "Enrique López Albújar"</i>	60
2.8.1	<i>Ubicación</i>	60
2.8.2	<i>Número de Habitantes</i>	60
2.8.3	<i>Indicadores demográficos y sociales</i>	60
2.8.4	<i>Indicadores de Educación</i>	61
2.8.3	<i>Indicadores de Vivienda</i>	61
2.8.4	<i>Indicadores Económicos</i>	61
2.9	<i>Cáncer de Mama</i>	62
2.9.1	<i>Introducción del cáncer general</i>	62
2.9.2	<i>Definición del cáncer de mama</i>	62
2.9.3	<i>El cáncer de mama en el Perú: Estadísticas</i>	63
2.9.4	<i>Síntomas del cáncer de mama</i>	63
2.9.5	<i>Causas del cáncer de mama</i>	64
2.9.6	<i>Consecuencias del cáncer de mama</i>	64
2.9.7	<i>Prevención</i>	65
2.10	<i>Definición de términos básicos</i>	65
2.10.1	<i>Variable Independiente: Marketing Social</i>	65
2.10.2	<i>Variable Dependiente: Cultura de Prevención</i>	66
CAPÍTULO 3. HIPÓTESIS		67
3.1	<i>Formulación de la hipótesis general</i>	67
3.2	<i>Operacionalización de las variables</i>	67
CAPÍTULO 4. MATERIAL Y MÉTODOS		70
4.1	<i>Tipo de diseño de investigación</i>	70
4.2	<i>Material</i>	70
4.2.1	<i>Unidad de estudio</i>	70

4.2.2	<i>Población</i>	70
4.2.3	<i>Muestra</i>	71
4.3	Métodos.....	73
4.3.1	<i>Técnicas de recolección de datos</i>	73
4.3.2	<i>Procedimientos</i>	80
CAPÍTULO 5. DESARROLLO		82
CAPÍTULO 6. RESULTADOS		84
CAPÍTULO 7. DISCUSIÓN		85
CONCLUSIONES		86
RECOMENDACIONES		87
REFERENCIAS		89
ANEXOS		95

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Casos registrados de cáncer por localización, topografía y sexo.	
A Nivel Nacional, 2006, 2011.....	15
Tabla 2: Casos registrados de cáncer por localización topográfica y sexo,	
Ciudad de Piura, 2006, 2011.....	16
Tabla 3: Distribución del cáncer de mama en el INEN, por año, según región de residencia	
Habitual periodo 2005 – 2014.....	17
Tabla 4: Casos reportados de pacientes con cáncer de mama, procedentes de Piura.	
Periodo 2005 – 2014 por rango de edad.....	18
Tabla 5: Distribución por estadios de cáncer de mama. A nivel nacional.	
Periodo 2005 – 2014.....	19
Tabla 6: Distribución por Estadios de cáncer de mama en Piura. Periodo 2005 – 2014.....	19
Tabla 7: Criterios de segmentación de mercado.....	28
Tabla 8: Proceso de planificación del marketing social.....	38
Tabla 9: Etapas del Proyecto.....	47
Tabla 10: Planificación de Proyectos Sociales.....	48
Tabla 11: Gestión de los programas nacionales de lucha contra el cáncer "Criterios que se fundan en los siguientes principios.....	51
Tabla 12: Gestión de los programas nacionales de lucha contra el cáncer. "Procesos y estrategias fundamentales".....	52
Tabla 13: Gestión de los programas nacionales de lucha contra el cáncer. "Actividades Nacionales de lucha contra el cáncer según los recursos disponibles".....	53
Tabla 14: Población censada. Indicadores Demográficos y Sociales.....	55
Tabla 15: Población censada. Indicador Salud.....	56
Tabla 16: Población censada. Indicador Educación.....	57
Tabla 17: Población censada. Distrito Veintiséis de Octubre. Indicador Demográfico.....	58

Tabla 18: Asentamientos humanos reconocidos en los distritos de Piura y

Castilla.....60

Tabla 19: Operacionalización de variable independiente.....67

Tabla 20: Operacionalización de variable dependiente.....68

Tabla 21: Matriz de Consistencia.....69

Tabla 22: Población del asentamiento humano "Enrique López Albújar".....71

Tabla 23: Cronograma de actividades.....80

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Pirámide jerárquica de las necesidades de Maslow.....	27
Figura 2: Tres consideraciones que subyacen en el concepto de marketing social.....	32

RESUMEN

El incremento de cáncer de mama en la población femenina peruana en los últimos años ha alcanzado un alto nivel. En el diagnóstico se detecta, además, estadios muy avanzados y un elevado número de mortalidad causada por esta enfermedad.

Esta investigación tuvo por finalidad analizar la relación que existe entre el marketing social y la cultura de prevención de cáncer de mama como componentes fundamentales en las estrategias de prevención en materia de salud pública, en este caso, en las mujeres del asentamiento humano "Enrique López Albújar" del distrito "Veintiséis de Octubre" de la ciudad de Piura.

Para ello se realizaron 114 encuestas dirigidas a mujeres de 18 años a más a fin de conocer el nivel de información que poseen, así como su intención de prevención frente a la enfermedad. Dentro de este grupo se ha dado prioridad al rango de féminas de 40 a 59 años que, según el Departamento de Epidemiología y Estadística del Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas (INEN) del 2005 al 2014 (Tabla 4), presenta mayor número de casos de cáncer de mama.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta, se demuestra que el 94% (Anexo 33) de mujeres de 40 a 59 años no ha participado de una campaña de prevención en los últimos años, lo cual confirmaría, junto a las entrevistas a profundidad, que la presencia del marketing social sería indispensable para el establecimiento de un programa de cultura de prevención contra el cáncer de mama en dicha zona.

Dicha estrategia comunicacional podría ayudar a detectar a pacientes con cáncer de mama en los primeros estadios, lo cual daría lugar a aplicar tratamientos que logren revertir o controlar la enfermedad. De esta forma la región de Piura dejaría de ocupar el segundo lugar con víctimas de este mal.

ABSTRACT

The increase in breast cancer in the female population in Peru last year has reached a high level. Many of the diagnostics detect the cancer in an advanced stage and there are a high number of deaths caused by this disease.

This research was aimed to analyze the relationship between social marketing and the culture of prevention of breast cancer as essential components in strategies for preventative public health, in this case, in women in the human settlement "Enrique López Albújar" of the district "Veintiséis de Octubre" in the Piura city.

For this purpose there were 114 surveys targeting women 18 years or older in order to know the level of information they have, as well as its intention of prevention against the disease. Within this group, priority has been given to the range of women from 40 to 59 years who, according to the department of epidemiology and statistics from the "Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas" (INEN) of 2005 to 2014 (table 4), presents a greater number of cases of breast cancer.

According to the results of the executed survey, the data shows that 94% (Appendix 33) of respondents from 40 to 59 years old had not participated in a campaign of prevention in recent years, which would confirm, along with in-depth interviews, that the presence of social marketing would be indispensable for the establishment of a program of culture of breast cancer prevention in that area.

This communication strategy could help detect patients with breast cancer in the early stages, which would lead to treatments that can reverse or control the disease. In this way the Piura region would occupy second place with victims of this evil disease.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales

REFERENCIAS

LIBROS:

- Arellano, R. (2007). *Márketing. Enfoque América Latina*. México D.F. : México.
- Butrón, G. (2002). *El Marketing y sus aplicaciones a la Realidad Peruana*. (2ª ed.). Lima, Perú: Universidad del Pacífico.
- Hoffman, D.; Czinkota, M.; Dickson, P.; Dunne, P.; Griffin, A.; Hutt, M. ... Urbany, J. (2007). *Principios de marketing y sus mejores prácticas*. (3ª ed.). México, D.F. , México: Thomson Learning.
- Kotler, P. (2005). *Las preguntas más frecuentes sobre Marketing*. Bogotá, Colombia: Grupo Editorial Norma.
- Kotler, P., Armstrong, G., Cámara D. & Cruz, I. (2004). *Marketing*. Madrid, España: Pearson Educación
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2006). *Marketing. Versión para Latinoamérica*. Naucalpan de Juárez, México: Pearson Educación
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Marketing*. Naucalpán de Juárez, México: Pearson Educación.
- Kotker, P. & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Naucalpan de Juárez, México: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. Naucalpán de Juárez, México: Pearson Educación.
- Lamb, Ch., Hair, J. & McDaniel C. (2011). *Marketing*. México D.F.: México: Cengage Learning Editores, S.A.
- Weinberger, K. (2004). El márketing social como estrategia de colaboración. En M.Schwalb y O. Malca (Eds.). *Responsabilidad Social: Fundamentos para la Competitividad empresarial y el desarrollo sostenible*. Lima, Perú: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.
- Yabar, G. (2014). *Marketeando: Mi plan de Marketing*. (3ª ed.). Lima, Perú: Depósito legal en la Biblioteca Nacional del Perú.

LIBROS VIRTUALES:

Kotler, P., & Roberto, E. (1992). *Marketing Social*. [en línea] Recuperado el 26 de Mayo de 2015, de https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=vMRDpBfowEMC&oi=fnd&pg=PA3&dq=marketing+social&ots=vhPB6oQdWA&sig=P37qbONh84lsLZo_j1DK-OOAd04#v=onepage&q=marketing%20social&f=false

PAPERS:

Cole, Elaine J; Fieselman, Laura (2013). "A community based social marketing campaign at Pacific University Oregon". [versión electrónica], *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 14(2). Recuperado el 15 de Enero del 2016, de DOI: 10.1108 / 14676371311312888

Gumucio Dagron, Alfonso (2011). "Comunicación para el cambio Social: Clave del Desarrollo participativo Signo y Pensamiento". [versión electrónica], *Signo y Pensamiento*, 30(58). Recuperado el 15 de Enero del 2016 de EBSCO: AN 91537978

PERIÓDICOS:

Auna & OncoSalud. (17 de Octubre de 2014). La mejor protección contra el cáncer de mama. En Suplemento "Día de la lucha contra el Cáncer de Mama", *El Comercio*.

Correo (18 de Octubre del 2014). "*Conoce más sobre el cáncer de mama*". [en línea]. Recuperado el 13 de Enero del 2016, de: <http://diariocorreo.pe/salud/conoce-mas-sobre-el-cancer-de-mama-242635/>

El Comercio. (17 de Octubre de 2014). Prevenir a tiempo para vivir con tranquilidad. Suplemento "Día de Lucha Contra el Cáncer de Mama".

El Comercio . (06 de Diciembre de 2014). Unos 25 mil peruanos mueren cada año a consecuencia del cáncer, según el INEN.

"*El Comercio* (06 de Diciembre del 2014). "El Cáncer mata a unos 25 mil peruanos al año". [en línea]. Recuperado el 26 de Mayo del 2015, de: http://elcomercio.pe/lima/ciudad/cancer-mata-25-mil-peruanos-al-ano-noticia-1776612?ref=flujo_tags_516907&ft=nota_8&e=titulo

La República (13 de Mayo de 2015). *"Elmer Huerta, el peruano que sueña con ver al mundo viviendo sin cáncer"*. [en línea]. Recuperado el 26 de Mayo de 2015, de: <http://larepublica.pe/13-05-2015/elmer-huerta-el-peruano-que-suen-a-con-ver-al-mundo-viviendo-sin-cancer>

RPP Noticias (19 de Octubre del 2015). *"Piura: más de 100 casos de cáncer de mama reporta salud"*. [en línea]. Recuperado el 13 de Enero del 2016, de: <http://rpp.pe/peru/piura/mas-de-100-casos-de-cancer-de-mama-se-reportaron-en-lo-que-va-del-ano-noticia-906239>

DOCUMENTOS VIRTUALES:

ARL SURA. Seguros de Riesgos Laborales Suramericana. (s.f.). *¿Qué es cultura de prevención?*. [en línea] Recuperado el 26 de Mayo de 2015, de https://www.arlsura.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1470:i

American Cancer Society (2015). *Signos y Síntomas del Cáncer de Mama*. [En línea] Recuperado el 8 de Junio de 2015, de <http://www.cancer.org/espanol/cancer/cancerdeseno/recursosadicionales/fragmentado/cancer-de-seno-deteccion-temprana-signs-symptoms-br-ca>

Asociación de Damas de Ayuda al Enfermo con Cáncer, ADANEN (s.f.). *¿Quiénes somos?* [En línea] Recuperado el 05 de Junio de 2015, de <https://adanenpiura.wordpress.com/%C2%BFquienes-somos/>

Bermejo, R. (2010) "Resiliencia. Una visión positiva para la prevención e intervención desde los servicios sociales" [en línea] Recuperado el 28 de Mayo de 2015, de <http://search.proquest.com.up.idm.oclc.org/docview/750356141/fulltext?accountid=41232>

Concejo Provincial de Piura (s.f). Asentamientos humanos reconocidos en los distritos de Piura y Castilla: 1998-Censo de Población y IV de Vivienda, 1993. [En línea] Recuperado el 03 de Junio de 2015, de: https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CCIQFjAB&url=http%3A%2F%2Fproyectos.inei.gob.pe%2Fweb%2Fbiblioineipub%2Fbancopub%2FEst%2FLib0429%2FCap-05%2F0509.xls&ei=h6idVfr3EoipyATp_ZC4Bg&usg=AFQjCNGuW4RL47_5qCWVcwYk9hstQrDdKw

Estadísticas (s.f.). [en línea] Recuperado el 26 de Mayo de 2015, de Liga Peruana de Lucha Contra el Cáncer. Filial Piura.: <http://www.ligacontraelcancerpiura.org/elcancerenpiura/estadistica.html>

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia [UNICEF]. (Mayo de 2006). *Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo*. [En línea] Recuperado el 28/05/2015, de: [http://www.unicef.org/argentina/spanish/EDUPAScuadernillo-2\(1\).pdf](http://www.unicef.org/argentina/spanish/EDUPAScuadernillo-2(1).pdf)

Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI] (s.f). *Características sociodemográficas de los asentamientos humanos*, Región Costa. [En línea] Recuperado el https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CBsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fproyectos.inei.gob.pe%2Fweb%2Fbiblioineipub%2Fbancopub%2FEst%2FLib0429%2FCap-05%2F0513.xls&ei=36udVYTZJYS5yQTErbXABg&usg=AFQjCNFKWBzEJS0X_iLHgRM3J_do7hIGuQ

Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI] (2007). Censos Nacionales 2007: IX de Población y VI de Vivienda. Principales Indicadores Demográficos, Sociales y Económicos a nivel Provincial y Distrital de Piura. Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática.

Liga Contra el Cáncer (s.f). Cáncer de Mama. [En línea] Recuperado el 08 de Junio de 2015, de <http://www.ligacancer.org.pe/ma.html>

Liga Contra el Cáncer, 2014. *¿Qué es el cáncer?*. [En línea] Recuperado el 7 de Junio de 2015, de <http://www.ligacancer.org.pe/queeselcancer.html>

Ministerio de Salud del Perú (2013). *Análisis de la Situación del Cáncer en el Perú 2013*. [En línea] Recuperado el 26 de Mayo de 2015, de http://www.dge.gob.pe/portal/docs/asis_cancer.pdf

Ministerio de Salud del Perú (2012). Plan Esperanza. [en línea] Recuperado el 26 de Mayo de 2015, de <http://www.minsa.gob.pe/portada/Especiales/2012/esperanza/>

Oficina de las Naciones Unidas y Organismos Internacionales, Ginebra. (s.f.). En *Gobierno de España: OMS (Organización Mundial de la Salud)*. [en línea]. Recuperado el 26 de Mayo de 2015, de: <http://www.exteriores.gob.es/RepresentacionesPermanentes/OficinadelasNacionesUnidas/es/quees2/Paginas/Organismos%20Especializados/OMS.aspx>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (s.f.). En *UNESCO*. [en línea]. Recuperado el 26 de Mayo de 2015, de: <http://www.unesco.org/new/es/quito/education/culture-of-prevention/>

Organización Mundial de la Salud (s.f). "Prevención del Cáncer" [En línea]. Recuperado el 16 de Enero del 2015, de: <http://www.who.int/cancer/prevention/es/>

Plan de Gobierno Municipal Distrito Veintiséis de Octubre 2015-2018 (Octubre, 2014) [En línea] Recuperado el 04 de Junio de 2015, Reynaldo Hilbck Presidente Regional De Piura

2014 UDN, <http://www.reynaldohilbck.com/wp-content/uploads/2014/07/PLAN-DE-GOBIERNO-DE-26-DE-OCTUBRE.pdf>

Unión Latinoamericana Contra el Cáncer de la Mujer (Julio, 2014). "*Derechos del paciente. ¡Suma tu firma!*" [en línea]. Recuperado el 27 de Mayo de 2015, de <http://www.ulaccam.org/campanas-info.php?id=2>

Sinfield, A. (2012). Seguridad Social y Prevención. *Revista Internacional de Seguridad Social*, 65(4), 3-9. Doi: 10.1111/j.1752-1734.2012.01444.x

Unión Latinoamericana Contra el Cáncer de la Mujer. (s.f). "Unión Latinoamericana Contra el Cáncer de la Mujer" [en línea]. Recuperado el 27 de Mayo de 2015, de <http://ulaccam.org/>

ENTREVISTA:

RPP (Productora) (2014, Julio 30). Entrevista al Dr. Elmer Huerta [Programa radial]. Lima: RPP Noticias.

COMERCIAL DE CAMPAÑA: "En tus Manos"

Fox International Channels (Productor Ejecutivo). (s.f). Campaña en tus manos [Transmisión por cadena de televisión]. Latinoamerica: Fox International Channels.

TESIS:

Altuna, G. (2011). *Problemas y actitudes de las personas viviendo con VIH frente a la atención en TARGA: Derechos, ciudadanía y comunicación*. (Tesis de Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación). Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú.

Catacora y Pastor (2008). "Estudio del servicio de salud materna en el hospital general del distrito de Jaén, brindado a través del Seguro Integral de Salud. Análisis desde el enfoque Intercultural durante los meses de marzo a setiembre de 2012" (Tesis Maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú.

Leuro y Mayorga (2008). *Lineamiento para la promoción y prevención de cáncer de mama a partir de revisión bibliográfica entre 1997-2007*. IPS JAVESALUD, Bogotá D.C. (Tesis de Enfermera). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.

Tinoco, C. (2014). *Desafíos comunicacionales en las campañas de salud pública peruana: Estrategia comunicacional de la campaña "Prevención del Embarazo Adolescente" efectuado por el Ministerio de Salud (2010-2012)*. (Tesis de Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación). Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú.